Afstudeerproject 21/22

Titel: Markey

Customer Journey Feedback tool

Binnen dit document staan de volgende punten

- Ontwerpbenadering, relevantie & trends
- Hoofdvraag
- Persona’s
- Het probleem
- Doelgroep keuze en onderbouwing
- Frictie doelg roep
- USP’s
- Concept
- Werking Markey
- Customer Journey
- Waarvoor is Markey?
- Uniekheid Markey
- Waarom een Web Applicatie?
- Voordelen consument en MKB’er
- Use Case, Riant Kozijnen

PERSONA

HATCH

Jong Customer Experience bureau, gespecialiseerd in merken helpen met het waarmaken van hun belofte.

DEMOGRAPHIC

- Eindhoven
- Customer Experience start-up
- 6 Werknemers

BACKGROUND

Arthur is samen met Luc de oprichter van Hatch. Vanuit de HBO schoolbanken zijn zij begonnen aan een hun droom: een eigen onderneming. Sinds begin 2017 is bureau Hatch een feit. Waar iedere dag aan verschillende oplossingen worden gewerkt; variërend van merkstrategie tot user-research en van loyaliteitsprogramma's tot het maken van prototypes.

GOALS

Ons werk is altijd strategisch creatief en ons streven is om altijd te maken wat een merk nodig heeft, en wat de eindgebruiker graag wil zien. We helpen merken helpen met het waarmaken van hun belofte. Je kent ze wel: merken die heel veel beloven, maar daar eigenlijk niks van waar maken. De merkervaring moet beter, hiervoor bieden wij customer centered oplossingen aan. We willen front runners op CX gebied zijn.

DRIVERS

- Gedachtegoed bij zoveel mogelijk mensen krijgen
- De gevestigde orde opschudden met zichtbaar innovatief en impactvol werk
- Merken tastbaar maken

BARRIERS

- Uren intensieve oplossingen, altijd tailor-made
- Klassiek bureau model, is lastig schaalbaar
- Jong bedrijf, hierdoor weinig seniors
- Explosieve groei meegemaakt in corona tijd

CUSTOMERS

Unbrick VOLVO NESPRESSO

Credits: Rens Janssens

Ontwerpbenadering, relevantie & trends

Ontwerpbenadering

User Interface (UI) Design is enorm belangrijk binnen een digitaal middel, daarom is het belangrijk dat de User Interface, intuitieve handelingen, speelzame functies en een overal consistency draagt bij aan de ervaring vanuit de gebruiker. Vanuit de UI moet het een stukje eye candy zijn, maar ook dat het functioneel is.

Alle keuzes binnen het ontwerp zijn vanuit de gebruiker.

Relevantie

Commerciële potentie
Voor Hatch brengt het gebruik van Markey een aantal kansen met zich mee, namelijk:

• Markey is schaalbaar, en dus inzetbaar bij een groot aantal MKB'ers. Hier zit voor Hatch veel potentie in, aangezien de Nederlandse markt meer dan twee miljoen MKB'ers kent (1. Staat van het MKB);

• Markey draagt bij aan een efficiënte werkwijze. Markey helpt Hatch maximale resultaten te behalen op het gebied van het verbeteren van de klantervaring van MKB klanten. Efficiëntie wil zeggen dat met minimale inspanning maximaal resultaat wordt behaald;

• Markey vraagt minimale inspanning door Hatch. Door de geautomatiseerde processen binnen Markey worden er van Hatch weinig handmatige handelingen verlangd. Wat er van Hatch in ieder geval verlangd wordt is het vaststellen van de touchpoints binnen de klantreis en bijbehorende vragen. Dit biedt Hatch ruimte om op grootschaligere of maatwerktrajecten klanten intensief te adviseren en begeleiden. Uiteraard biedt dit naast tijdbesparing ook financieel gewin.

Trends

Customer centric experience
Om een goede totaal ervaring te kunnen bieden is de customer erg belangrijk, zonder een goede experience voor deze groep, kan er geen goede VoC worden verzameld. Waardoor het gedachte goed, vande VoC weg doet vallen in zijn geheel binnen de uiteindelijke toepassing.

De klantreis van de klanten van de MKB'er wordt in kaart gebracht om de goede en de pijnpunten te ontdekken. Doormiddel van het applicatie zal er inzicht worden gegeven over deze punten, waarbij Hatch vervolgens aan de slag kan om advies uit te brengen naar de MKB'er hoe zij deze punten kunnen verbeteren / optimaliseren voor hun klanten. Via deze weg werkt de MKB'er aan de CX maturity van zijn bedrijf.

Gamification
Het toevoegen van spelelementen en technieken in een niet-game omgeving om gewenst gedrag te stimuleren binnen de applicatie

Voorbeelden:
- Reward system
- Punten system
- Interactieve vragen
- Scorebord
- Word Koning(in) feedback

1. Staat van het mkb. (z.d.). Staat van het MKB. Geraadpleegd op 20 april 2022, van https://www.staatvanhetmkb.nl/

Service design
Service design is nadenken over de gehele reis van de service die wordt ontwikkeld en aangeboden. Zo is er over verschillende touchpoints nagedacht voor de gebruiker en de klant, hoe die met het product in aanraking komt en daarvoor een middel aanbied. Daarbij kunnen triggers zitten om met het product bekent te raken of in aanraking te komen, een touchpoint waarbij een gedeelte aan ondersteuning aanbod komt. Het is een complete reis met verschillende deel producten om de service te ondersteunen.

"Een complete reis binnen de service, nadenken over de verschillende touchpoints met daarbij middelen om mensen te triggeren, ondersteunen en of te activeren."

"Kwalitatieve feedback vanuit Markey, om de klantreis van de MKB'er te verbeteren"

2 Tinworth, A. (2021, 4 oktober). What is Digital Service Design? NEXT Conference. Geraadpleegd op 31 april 2022, van https://nextconf.eu/2012/08/what-is-digital-service-design/#gref

TREND | GAMIFICATION

EARN COINS

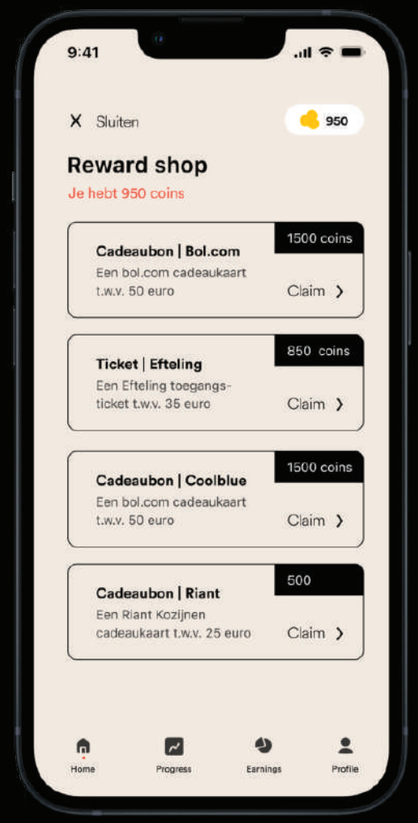
Verdien coins, door feedback te leveren binnen de verschillende touchpoints gedurende de klantreis. Deze coins kan jij als consument omwisselen tegen rewards in de reward shop.

VOLG JE PROCES

Je ziet gemakkelijk jouw voortgang, door middel van de progressbar binnen de applicatie. Zo weet je hoever je bent binnen iedere fase.

REWARD SHOP

Wissel je coins in binnen de shop voor verschillende rewards.



Marczewski, A. (2022, 18 januari). 52 Gamification Mechanics and Elements. Gamified UK - #Gamification Expert. Geraadpleegd op 23 april 2022, van https://www.gamified.uk/user-types/gamification-mechanics-elements/

The importance of gamification in human resources — Nae. (z.d.). Nae. Geraadpleegd op 23 april 2022, van https://nae.global/en/the-importance-of-gamification-in-human-resources/#:%7E:text=Gamification%20is%20the%20preferred%20training,such%20as%

Brown, B. (2022b, maart 23). The Psychology of Gamification: Why It Works (& How To Do It!). Bitcatcha - Online Presence DIY. Geraadpleegd op 23 april 2022, van https://www.bitcatcha.com/blog/gamify-website-increase-engagement/

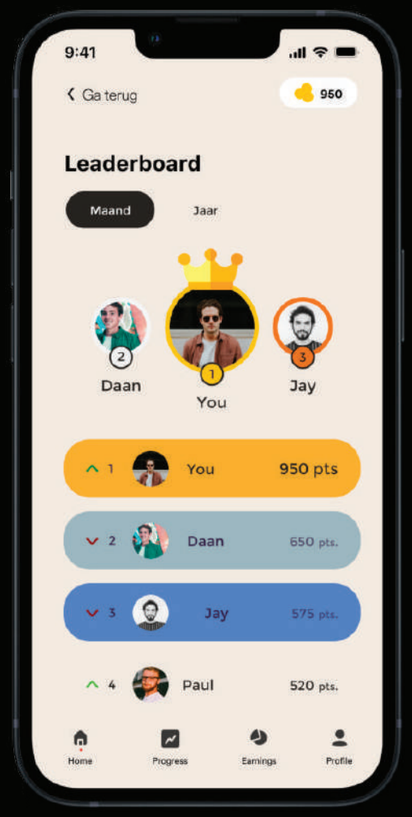
TREND | GAMIFICATION

REWARD SHOP

Wissel je coins in binnen de shop voor verschillende rewards.

LEADERBOARD

Hoe meer je feedback geeft aan de MKB'ers die mee doen aan Markey, hoe hoger je op de ranking komt te staan, voor leuke maandelijkse bonussen!



Marczewski, A. (2022, 18 januari). 52 Gamification Mechanics and Elements. Gamified UK - #Gamification Expert. Geraadpleegd op 23 april 2022, van https://www.gamified.uk/user-types/gamification-mechanics-elements/

The importance of gamification in human resources — Nae. (z.d.). Nae. Geraadpleegd op 23 april 2022, van https://nae.global/en/the-importance-of-gamification-in-human-resources/#:%7E:text=Gamification%20is%20the%20preferred%20training,such%20as%

Brown, B. (2022b, maart 23). The Psychology of Gamification: Why It Works (& How To Do It!). Bitcatcha - Online Presence DIY. Geraadpleegd op 23 april 2022, van https://www.bitcatcha.com/blog/gamify-website-increase-engagement/

TREND | SERVICE DESIGN

Website - MKB'er

De website landingpage ligt Markey in het kort toe, hierbinnen worden de voordelen van het gebruik van Markey toegelicht maar ook hoe het in zijn werking gaat als de MKB’er interesse heeft in het product. Zo wordt er stap voor stap uitgelegd hoe het proces in zijn werking gaat. Zo hebben de MKB’ers een kort en krachtig overzicht waarvoor Markey staat en het belangrijkste wat de voordelen zijn voor de MKB’er zelf en wat het oplevert als ze Markey inzetten binnen hun bedrijf.

SCAN ME

Prototype link:
https://www.figma.com/proto/ML4X7If0AS2r3jN0RNV8OS/Feedback-Marketplace?page-id=921%3A74319&node-id=975%3A91343&viewport=-4817%2C-252%2C0.25&scaling=min-zoom&starting-point-node-id=975%3A91343

Of bekijk de site op: markey.digicc.one

TREND | SERVICE DESIGN

Website - Consument

De landingspage voor Markey voor de consumenten, focust zich voornamelijk op het voordeel voor de consument “what’s in it for me?”. Het is belangrijk dat de consument duidelijk ziet wat de voordelen zijn als ze meedoen met met Markey voor de MKB’er. Zo worden de belangrijkste voordelen voor de consument duidelijk getoond. Hierdoor heeft de consument die interesse heeft om mee te doen, in een oogopslag de voordelen die voor hem of haar gelden!

SCAN ME

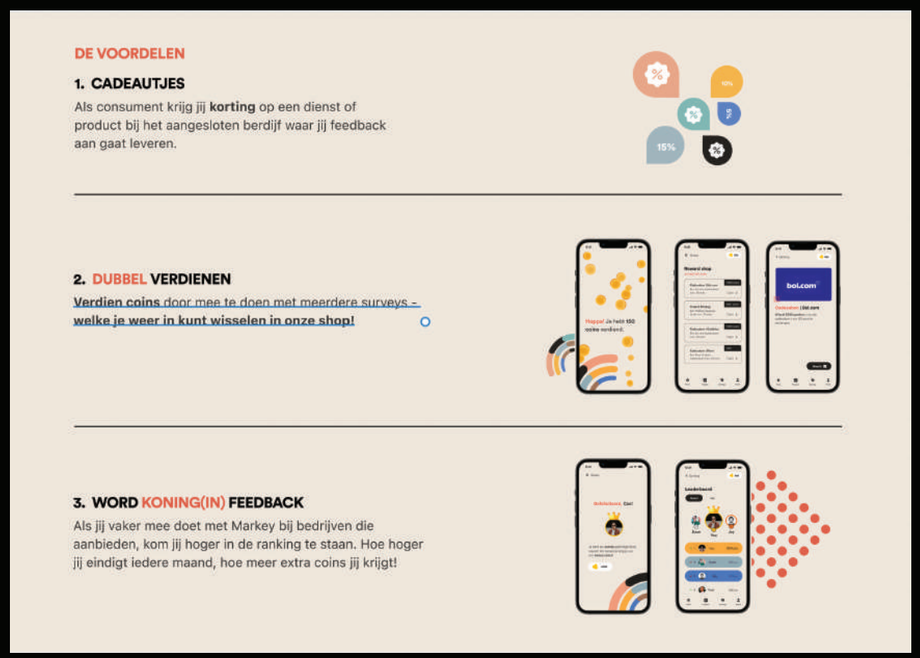
Prototype link:
https://www.figma.com/proto/ML4X7If0AS2r3jN0RNV8OS/Feedback-Marketplace?page-id=921%3A74319&node-id=975%3A91343&viewport=-4817%2C-252%2C0.25&scaling=min-zoom&starting-point-node-id=975%3A91343

Of bekijk de site op: markey.digicc.one

TREND | SERVICE DESIGN

Voorkant

Achterkant



Binnenkant

A5 boek je - Consument

Dit boekje ligt bij de MKB'er in de zaak, deze kan de MKB'er meegeven aan de mensen die in hun winkel komen. Dit om te stimuleren dat de consument weet heeft van Markey binnen dat bedrijf en ook in een oogopslag in het boekje de voordelen inziet voor hem als consument zijnde. Als de persoon gebruik wilt maken bij de MKB'er van Markey, heeft de consument een overzicht van wat Markey precies doet en wat er in zit voor de persoon. Ook staat er de link naar de website op, hierbij hebben ze nog meer informatie over Markey.

TREND | SERVICE DESIGN

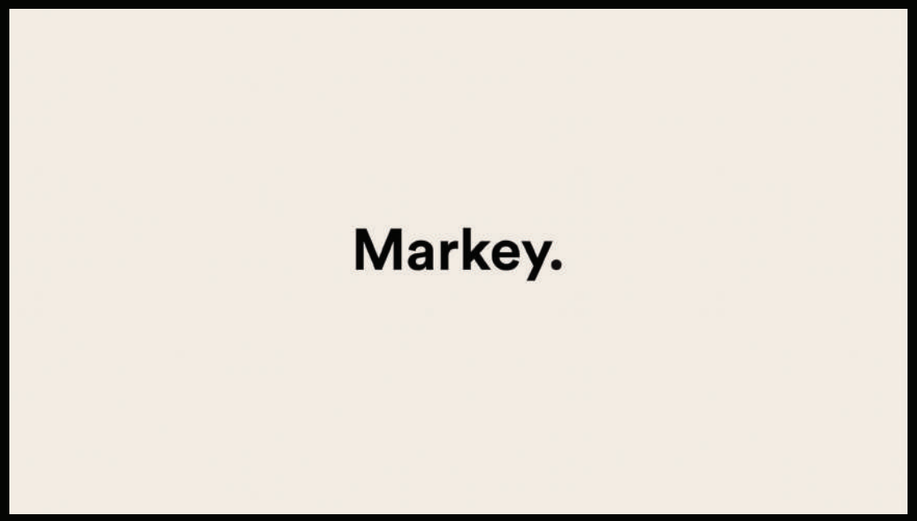
Toelichting video - MKB'er

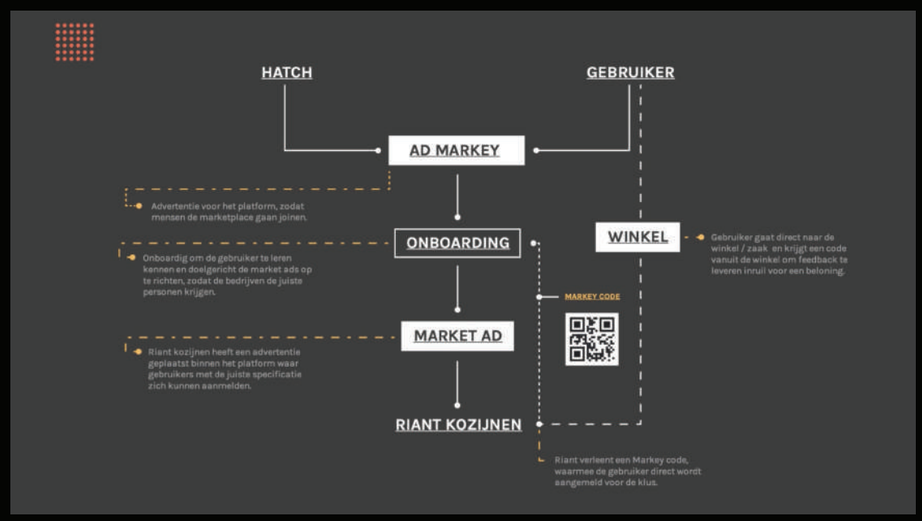
Het is een promotie / toelichting video voor de MKB’er, binnen de animatie wordt er in het kort uitgelegd wat de voordelen van Markey zijn en waarom zij Markey zouden moeten gebruiken binnen hun bedrijf. Deze video gaat hand in hand met de MKB’er website, zo liggen de site en video op een lijn.

Hatch kan dus gemakkelijk en snel aan MKB’ers een korte video laten zien, waarbij Markey wordt gepromoot en duidelijk maakt waar Markey juist voor is en de toegevoegde waarde voor de MKB’er.

SCAN ME

Video link:
https://www.youtube.com/watch?v=65WmB0onTyU





TREND | SERVICE DESIGN

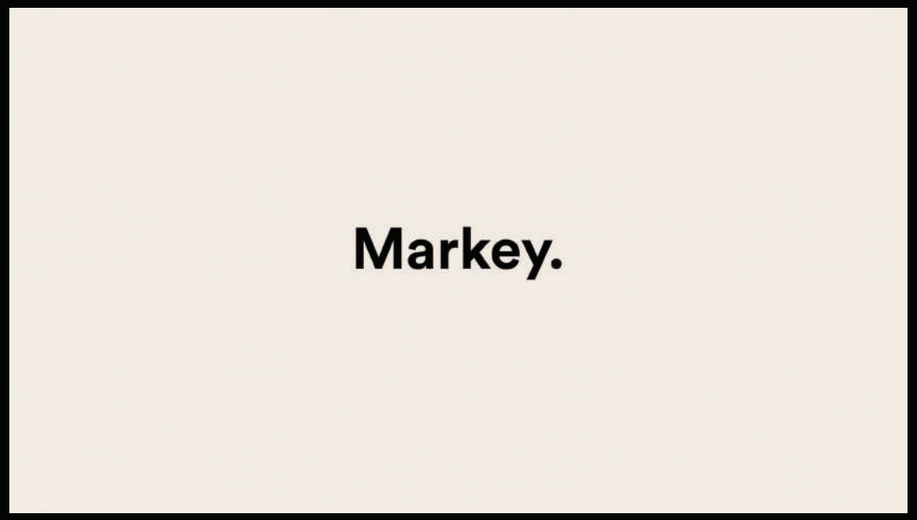
Promo video - Consument

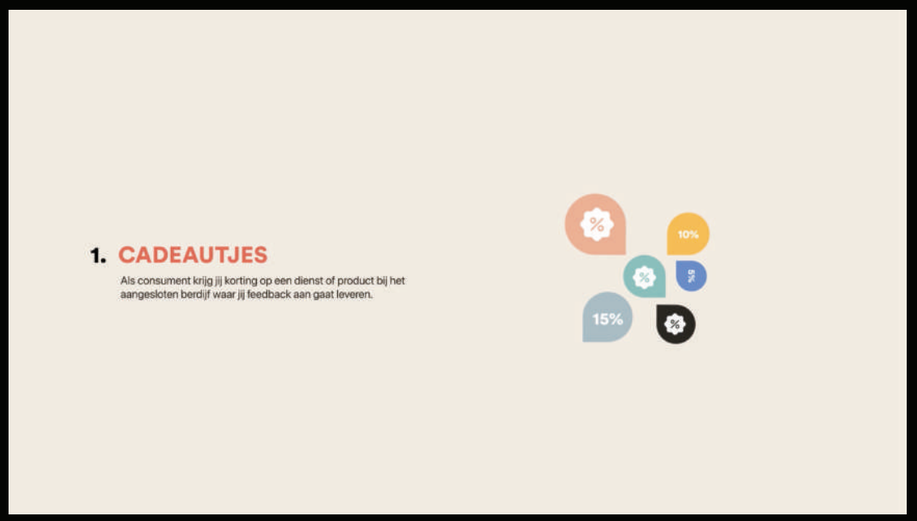
Binnen de promo video worden de voordelen voor de consument getoond, deze video kan worden ingezet door de MKB'er of door Markey zelf ter promotie doeleinden op diverse social kanalen. Via deze animatie wordt de consument warm gemaakt voor Markey! Deze video gaat hand in hand met de consumenten website, zo liggen de site en video op een lijn.

Hatch kan deze video uitzetten op socials, zodat er meer bekendheid om Markey wordt gegeneerd, maar de MKB'er kan ook deze video kort laten zien aan de consument als, als de persoon interesse heeft om mee te doen met Markey. Zo is de video op meerdere fronten inzetbaar en worden er twee vliegen in een klap geslagen

SCAN ME

Video link:
https://www.youtube.com/watch?v=yeaSo5bWRZM





TREND | SERVICE DESIGN

Brochure met voordelen voor hun klanten – MKB'er / Consument

Brochure met voordelen voor hun klanten – MKB'er
Om de MBK'er en de klanten van de MKB'er informatie te geven over het sparen van de coins en wat er met deze coins gekocht kan worden binnen de Markey shop, is er een brochure met deze informatie. Zo heeft de MKB'er informatie voor de consument, zodat hij of zij het kan toelichten en wat de voordelen zijn en de consument kan het ook nog een keer zelf nalezen.

MARKEY

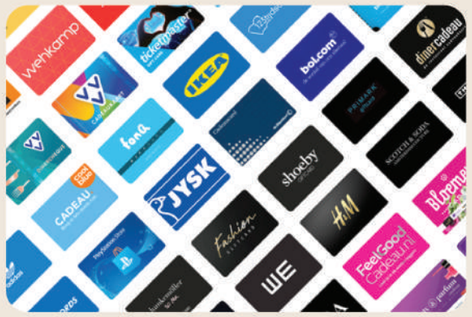
Toelichting coins, beloningen en in het geval van misbruik.

ALS MKB'ER

Als stimulans voor de participant geef jij een procentuele cashback op het product of dienst wat de klant aanschaft bij jou, in ruil daarvoor doet de consument mee met Markey. Met Markey, geeft de consument feedback over de gehele klantreis per fase en touchpoint.

DE GESPAARDE COINS

Naast dat de consument een **procentuele korting** krijgt van jou, spaart deze groep ook nog **coins**. Dit is voor extra stimulans en motivatie te bieden voor de gebruiker van Markey. Deze coins kan de consument binnen Markey gebruiken in de shop. Binnen de shop zijn er een tal van items die zij kunnen aanschaffen met het hun **gespaarde coins**. Het aanbod van items groeit telkens weer!



WAT ALS DE CONSUMENT MISBRUIK MAAKT?

Als MKB'er wil je dat er geen misbruik wordt gemaakt van de korting die jij aanbied door het gebruik van Markey. Daarom wordt de procentuele korting pas aan het einde van het traject doorgevoerd. Net zoals de coins, die worden pas beschikbaar gesteld als er geen misbruik is gemaakt tijdens het traject. Zo is er een stok achter de deur, voor jou en ons. We willen niet dat er van de MKB'er of Markey misbruik wordt gemaakt.

TREND | SERVICE DESIGN

Erkent Markey bedrijf - MKB'er

De erkent Markey bedrijf stickers zijn voor de MKB’ers die samen werken met Markey. Zo ziet de consument bij binnenkomst al dat het bedrijf aangesloten is bij Markey.

Dit is een extra middel om Markey te stimuleren en als het ware een keurmerk te generen, binnen de klantervaring wereld. De sticker duit aan dat de bedrijven echt om hun klanten geven, omdat deze groep van ondernemers zich richten om de klantreis te optimaliseren voor hun klanten.

TREND | SERVICE DESIGN

Applicatie - consument

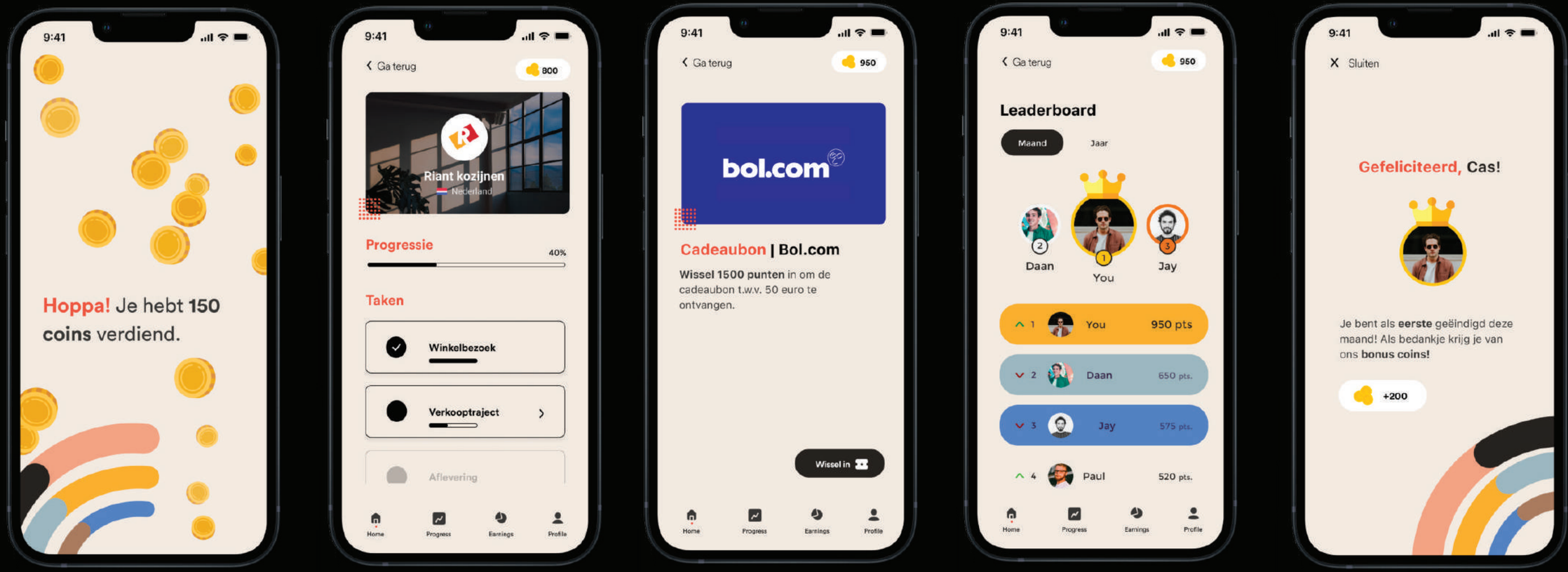
Markey is het hoofdproduct, het is een tool voor de MKB’er om binnen de verschillende fases binnen de klantreis kwalitatieve feedback te verkrijgen vanuit de consument. Wat Markey nou anders maakt? Markey vraagt in het moment feedback, dus niet achteraf zoals het nu wordt gedaan. Markey geeft meldingen over de verschillende touchpoints, zo kan de consument in het moment de kwalitatieve feedback verlenen aan de MKB’er. Snel en direct met behulp van Markey.

Door het in het moment te vragen, is de informatie vers, waardoor de consument meer details kunnen herinneren binnen het specifieke stuk binnen de journey, dan dat ze pas een maand later de vraag krijgen. Hierdoor krijgt de MKB’er betere kwalitatieve inzichten en inzichten over hun klantreis, door Markey en krijgt de consument korting bij de MKB’er en coins die de persoon kan inwisselen voor andere prijzen, waaronder cadeaubonnen en tickets voor evenementen / bezienswaardigheden.

Service design

Met dit totaalpakket aan onderdelen, wordt er niet alleen een applicatie afgeleverd. Er is nagedacht over verschillende onderdelen die binnen de reis van de service passen. Zo zijn er op verschillende momenten aanrakingspunten met Markey, voor zowel de MKB’er en de consument.

Hatch kan dus met dit pakket aan onderdelen, zo naar de MKB’er stappen om Markey voor te stellen.



RELEVANTIE | COMMERCIËLE POTENTIE

What's in it for Hatch?

Voor Hatch brengt het gebruik van Markey een aantal kansen met zich mee, namelijk:

• Markey is schaalbaar, en dus inzetbaar bij een groot aantal MKB'ers. Hier zit voor Hatch veel potentie in, aangezien de Nederlandse markt meer dan twee miljoen MKB'ers kent (1. Staat van het MKB);

• Markey draagt bij aan een efficiënte werkwijze. Markey helpt Hatch maximale resultaten te behalen op het gebied van het verbeteren van de klantervaring van MKB klanten. Efficiëntie wil zeggen dat met minimale inspanning maximaal resultaat wordt behaald;

• Markey vraagt minimale inspanning door Hatch. Door de geautomatiseerde processen binnen Markey worden er van Hatch weinig handmatige handelingen verlangd. Wat er van Hatch in ieder geval verlangd wordt is het vaststellen van de touchpoints binnen de klantreis en bijbehorende vragen. Dit biedt Hatch ruimte om op grootschaligere of maatwerktrajecten klanten intensief te adviseren en begeleiden. Uiteraard biedt dit naast tijdbesparing ook financieel gewin.

1. Staat van het mkb. (z.d.). Staat van het MKB. Geraadpleegd op 20 april 2022, van https://www.staatvanhetmkb.nl/

In het kort

- Schaalbaarheid
- Inzetbaar bij meerdere MKB'ers
- Efficiëntie
- Sneller en goede resultaten
- Beperkte inspanning
- Automatisering van de processen

The incentive

"A thing that motivates or encourages someone to do something."

Extrinsic motivation

"Extrinsic motivation involves completing a task or exhibiting a behavior because of outside causes such as avoiding punishment or receiving a reward."

Intrinsic motivation

"Intrinsic motivation involves performing a task because it's personally rewarding to you."

TREND | CUSTOMER CENTRIC EXPERIENCE

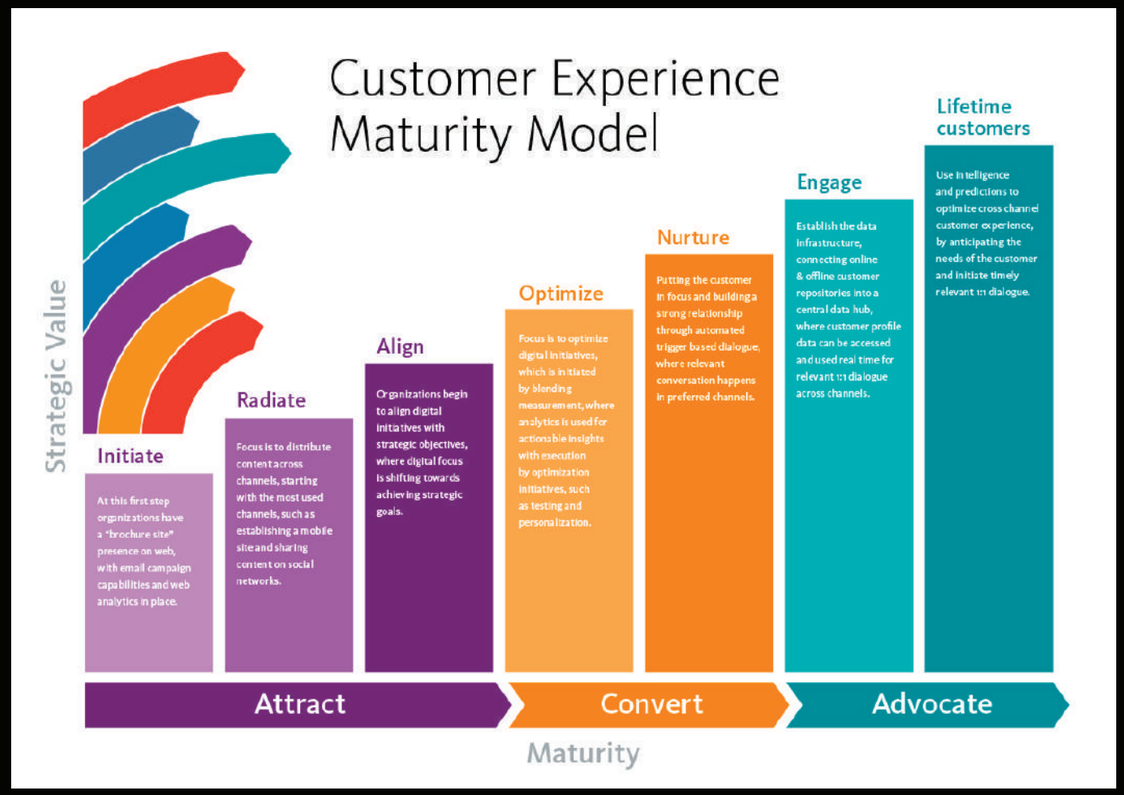
Customer centric experience

De customer centric experience wordt verbeterd door Hatch doordat ze gemakkelijker en sneller advies kunnen geven richting de Mkb'er binnen de custoumer journey met behulp van Markey.

Door dat Hatch Markey in zet bij de MKB'er komen er op de verschillende touchpoints binnen de klantreis kwalitatieve inzichten. Deze inzichten geven Hatch handvaten om te kijken waar eventuele verbeterpunten liggen bij de klantervaring, maar ook juist de goede dingen worden aan het licht gebracht.

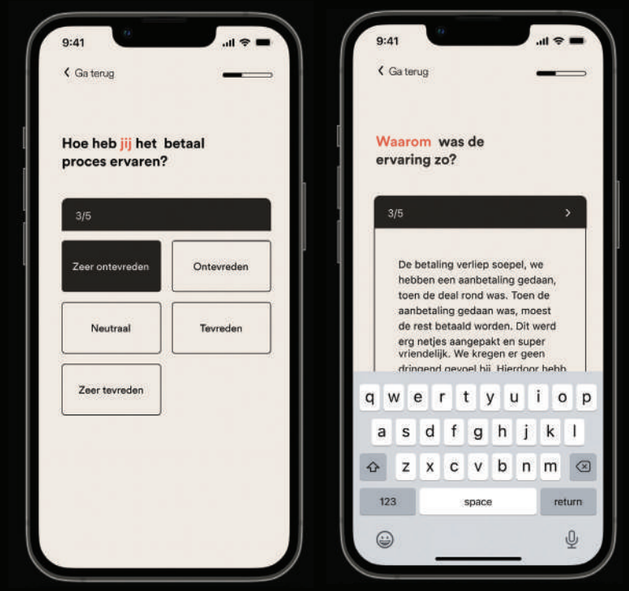
Markey helpt de MBK'er met hun klantreis binnen hun bedrijf te optimaliseren en te upgraden voor hun klanten. Zo groeit de MKB'er binnen de CX maturity schaal en resulteert dit in een betere ervaring voor de consument.

Zo wordt door Markey kwalitatieve informatie verzameld over de klantreis van de MKB'er. Via deze weg wordt er dus data vergaard binnen de verschillende touchpoints binnen de klantreis van de klant van de MKB'er, met als middelpunt de klant en de MKB'er.



https://econsultancy.com/digital-transformation-and-cx-maturity-at-ge-healthcare-life-sciences/

Bordeaux, J. (2021, 15 juni). What Is Customer Experience? (And Why It's So Important). Hub Spot. Geraadpleegd op 22 april 2022, van https://blog.hubspot.com/service/what-is-customer-experience



Door de antwoorden die de consument geven binnen Markey op de verschillende touchpoints binnen de klantries van de MKB'er, komen er inzichten naar boven. Markey stimuleert de gebruikers om zolang mogelijke antwoorden te geven, door waarom vragen te stellen. Door niet alleen vragen wat er goed ging, maar ook waarom, gaan de antwoorden van de consument veel dieper blijkt uit de testen. Door deze nieuwe inzichten, wat goed of slecht gaat binnen de klantreis bij de MKB'er, kan er gekeken worden hoe het aangepakt kan worden, zodat de MKB'er binnen de CX maturity kan groeien om een betere klantbeleving te bieden.

WAT IS HET PROBLEEM?

Vaak ontbreekt het aan data waaruit bedrijven conclusies kunnen trekken over de verschillende touchpoints binnen een klantreis, waardoor bedrijven in het duister tasten. Bedrijven willen hun marketing return on investment (ROI) beter begrijpen. **Waar in de klantreis raken ze klanten kwijt? En wie zijn deze klanten wat betreft sociodemografische factoren?**

Er is dus een groeiende behoefte naar het verzamelen van data over de klantreis en klanttevredenheid. En niet alleen platgeslagen, harde data (kwantitatieve data), maar ook **juist écht waardevolle reviews (kwalitatieve data)** omdat deze veel rijker zijn in inzicht dan enkel een paar cijfers op de schaal van tien.

Door bekende wereldwijde schandalen rondom grootschalige verzameling en verhandeling van data van gebruikers en consumenten is er ook steeds meer aandacht voor de ethische verantwoording. Bedrijven nemen steeds meer een transparante houding aan rondom het verzamelen

Credits: iconscout user GerbieDesign88

Bron: 4 Problems VoC Can Solve | Voice of Customer Research Firm. (2019, 28 september). Drive Research. Geraadpleegd op 1 april 2022, van https://www.driveresearch.com/market-research-company-blog/4-problems-voc-can-solve-voice-of-customer-research

WAARVOOR IS MARKEY?

Waarvoor is Markey opgezet?

Door het onderzoek hebben we achterhaald dat er vaak feedback achteraf verzameld wordt door bedrijven, zoals bijvoorbeeld de mail “hoe ervaarde jij het bezoek aan winkel x”. Consumenten geven hier vaak korte antwoorden op zoals: goed, prettig, oke etc. Hier hebben de bedrijven niets aan, omdat "goed en prettig" oppervlakkige inzichten geven en geen diepgang bieden. **Markey richt zich juist op de vervolgvragen om "more in depth" antwoorden te verkrijgen vanuit de consument.**

Door vervolgvragen te stellen, worden er meer diepgaande inzichten gegenereerd touchpoint binnen de klantreis. Markey vraagt door op de antwoorden, zodat er in depth langere feedback uit de consument gehaald wordt. Dit is ontzettend waardevol voor de bedrijven dat zij hier inzichten binnen verkrijgen, zodat deze groep de klantreis kan optimaliseren.

“Useful feedback, is inhoudelijke feedback”

Luc van Gemert - CX expert Hatch

“MKB’ers hebben geen hele onderzoeksdelegatie nodig, maar kunnen kwalitatieve gebruikersfeedback verkrijgen door Markey”

“We see our customers as invited guests to a party, we are the hosts. It’s our job every day to make every important aspect of the customer experience a little bit better”

Jeff Bezos

“The customer’s perception is your reality”

Kate Zabriske

“The feedback we’re getting is not useful, people usually give single word responses”

Benjamin David - Heineken Experience

In het kort

- In depth feedback
- Kwalitatieve feedback
- Vraagt door
- Betere en langere feedback

Bordeaux, J. (2021, 15 juni). What Is Customer Experience? (And Why It’s So Important). Hub Spot. Geraadpleegd op 22 april 2022, van https://blog.hubspot.com/service/what-is-customer-experience

DOELGROEP

MKB’ERS

Retail sector

SPECIFIEKE DOELGROEP, FOCUS GROEP EN VOLGGROEPEN

BRANCHE, TYPE BEDRIJF, OMVANG

DOELGROEP: MIDDEL EN KLEIN BEDRIJF (MKB) |

kozijnen, kledingwinkels, kapperszaken,
boutiques, fotografen, kleine detailhandelaren

FOCUS GROEP: CONSUMENTEN & EIGENAREN VAN EEN MKB

BRANCHE: RETAIL SECTOR

TYPE BEDRIJF: VENNOOTSCHAP (BV) & EENMANSZAAK

OMVANG: 1-15 WERKNEMERS

9 rechtsvormen voor ondernemers. (z.d.). IkGaStarten. Geraadpleegd op 18 april 2022, van https://www.ikgastarten.nl/bedrijf-starten/rechtsvorm/9-rechtsvormen-voor-ondernemers

Hoofdvraag | eerste & laatste

Begin

Hoofdvraag: Hoe kan Hatch een product aanbieden in het verlengde van CX?

Eind

Hoofdvraag: Hoe kan Hatch de *klantervaring* binnen de *retail sector* in kaart brengen voor haar *MKB* klanten?

Hoofdvraag

Providing the best **customer experience** is how you can gain loyal customers. Loyal customers, are, without a doubt, the backbone on which retail businesses survive.

T ernov, K. (2017, 10 augustus). How Retail Benefits From Amazing Customer Experience. Qminder. Geraadpleegd op 21 april 2022, van https://www.qminder.com/blog/queue-management/customer-experience-benefits-retail/#:%7E:text=Providing%20the%20best%20customer%20experience,%25%2C%20depending%20on%20the%20industry.

Hoofdvraag: Hoe kan Hatch de *klantervaring* binnen de *retail sector* in kaart brengen voor haar *MKB* klanten?

MKB staat voor midden- en kleinbedrijf
maximaal 250 fte in dienst (meerdere medewerkers kunnen 1 fte vervullen) én; een netto omzet van maximaal 50 miljoen en/of een balanstotaal van maximaal 43 miljoen

Mkb of grote onderneming? (z.d.). RVO. Geraadpleegd op 21 april 2022, van https://www.rvo.nl/subsidies-financiering/tvl/mkb-grote-onderneming

Hebben geen duidelijke inzichten van de verschillende ervaring binnen de verschillende touchpoints binnen de klantreis *of de inzichten zijn te complex waardoor er soms dingen over het hoofd worden gezien. Tevens hebben MKB'ers geen groot team dat alles kan doormeten, waardoor ze blinde vlekken hebben binnen de klantervaring.*

Bronnen

A Day In The Life Of A CX Manager. (2020, 14 oktober). CXpert. Geraadpleegd op 13 april 2022, van https://cxpert.com.au/a-day-in-the-life-of-a-cx-manager/

Limani, K. (1970, 1 januari). 10 KPI's voor klantervaring. Zendesk NL. Geraadpleegd op 13 april 2022, van https://www.zendesk.nl/blog/10-customer-experience-kpis/#georedirect

Challenge Validation. (z.d.). Total Jobs. Geraadpleegd op 13 april 2022, van https://www.totaljobs.com/advice/marketing-manager-job-description

Lael, T. (2019, 7 oktober). 5 Common Problems Marketing Managers Face (and How an Inbound Agency Can Help Fix Them). Hubspot. Geraadpleegd op 13 april 2022, van https://blog.hubspot.com/insiders/problems-marketing-managers-face

WAT WORDT ER OPGELOST

Krijgen duidelijke inzichten binnen de klantenreis (Customer Journey). *Door deze "reality check", kan het bedrijf de ervaring optimaliseren voor de gebruiker van het product of dienst. Hierdoor ontstaan er blijere klanten, wat zich tot customer loyality ontwikkeld.*

"Een dienst waar MKB’ers de klantervaring met hun product of dienst kunnen meten op verschillende touchpoints binnen de klantreis. De consumenten geven op het platform feedback over de verschillende touchpoints. Dit is anders dan huidige producten die geven alleen op producten feedback, terwijl de customer journey en daar de verschillende touchpoints enorm belangrijk zijn, er wordt via Markey op verschillende touchpoints binnen de customer journey feedback verkregen realtime.

"Een online dienst waar jij als consument de klantervaring bij de MKB’er (customer journey) van feedback kan voorzien binnen de verschillende touchpoints. "

Keypoints: VoC, beloningen voor gebruikers, meerdere touchpoints meten, commerciële potentie, feedback wordt in het moment verzameld

USP’S

Feedback in het moment
Er wordt feedback in het moment geleverd, in plaats van achteraf.

Realtime
Realtime feedback op verschillende touchpoints binnen de customer journey.

Doelgerichte vragen
Begeleidende vragen per stap voor de gebruiker binnen de verschillende touchpoints binnen de customer journey (klantenreis).

Beloningen
Naast dat de gebruiker vanuit de MKB’er een beloning krijgt, krijgt de gebruiker ook vanuit het platform coins. Deze kunnen voor echt geld worden ingewisseld binnen de applicatie.

Markey Code
De gebruiker hoeft niet via het platform te komen, de gebruiker kan ook via de retail winkel zelf komen. De winkel kan een code verlenen, waarmee de gebruiker kan inloggen.

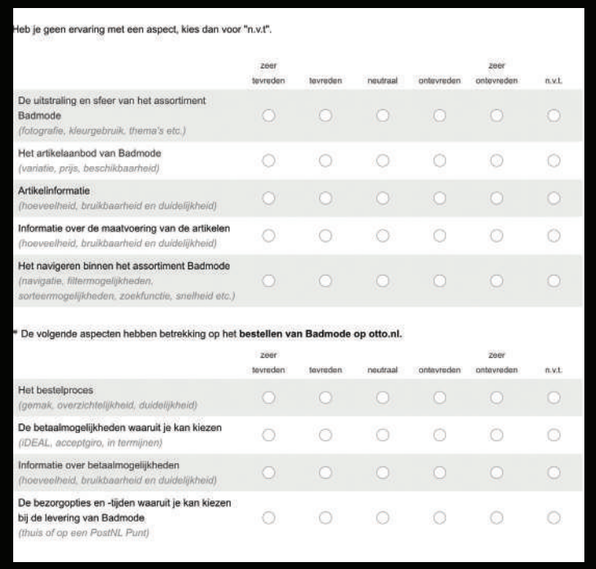
USP | FEEDBACK IN HET MOMENT - KLANTREIS

Vernieuwing

In het moment feedback in plaats van achteraf.

Nu
Hoe de huidige tools werken, zoals Google forms en Typform.

Vragen achteraf, mensen onthouden niet voor een langere tijd gedetaileerde informatie over de ervaring van het bedrijf.



KLANTREIS

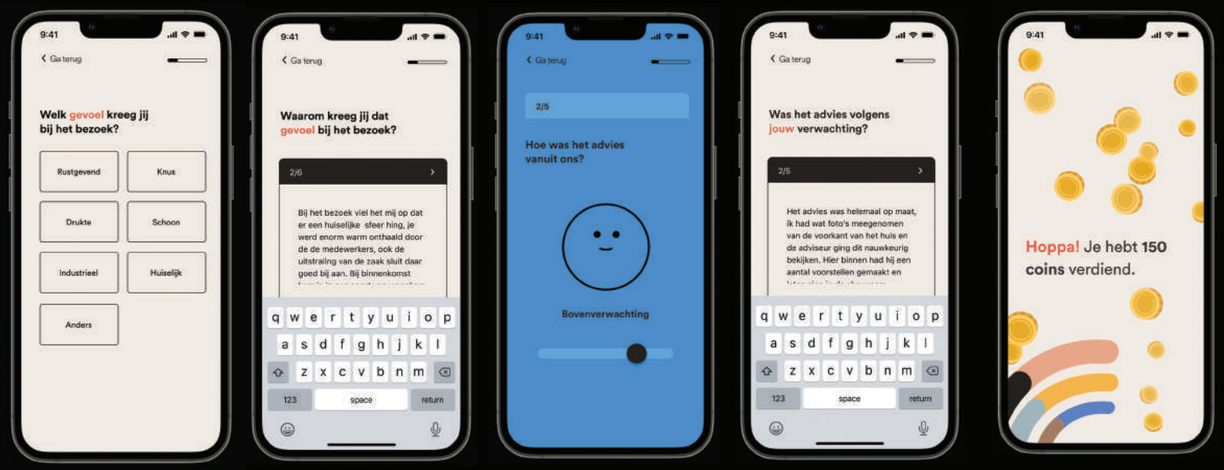
EERSTE TOUCHPOINT KLANTREIS — **EIND KLANTREIS**

Met Markey
Feedback in het moment, de consument geeft in het moment feedback over de verschillende touchpoints per fase binnen de klantreis

KLANTREIS

ORIËNTATIE | **WINKELBEZOEK** | **VERKOOPTRAJECT** | **AFLEVERING** | **NAZORG**

Verschillende vragen per touchpoint tijdens de klantreis van de consument



Markey
Kwalitatieve feedback in het moment en coins die de gebruiker kan inwisselen tegen verschillende prijzen in de shop.

CONCEPT | LANG

Een platform waarop je als MKB’er de klantervaring met jouw product of dienst kan laten meten. Binnen het platform kiest de MKB’er de groep waar hij of zij het op wilt gaan testen (bijv. op basis van leeftijd/regio/interesses/hobby’s), dit kan dan per product of dienst worden aangegeven. De mensen die de dienst of product gaan testen, hebben van te voren een onboarding doorlopen waardoor er een persona van die specifieke persoon ontstaat. Door dit te doen kan er gematcht worden met de verschillende “experimenten” die de MKB’ers plaatsen. De tool geeft inzichten binnen de klantenreis op de verschillende touchpoints (bijv. onboarding, off-boarding of aankoopproces). Hierdoor krijgen de MKB’ers inzichten over de pijnpunten binnen de klantervaring en de customer journey. In ruil dat de testers waardevolle en uitgebreide informatie verschaffen op de verschillende touchpoints, verdiend deze groep coins. Dit kan dan later worden ingewisseld voor echt geld, dit om misbruik tegen te gaan. Zo krijgt de MKB’er voor relatief lage investering waardevolle informatie terug en krijgt de community een beloning voor hun feedback op de klantenreis.

PERSONA

Bart

Riant Kozijnen| MKB

DEMOGRAFISCH

- Man, 32
- Eindhoven, Nederland
- Relatie
- Riant Kozijnen

ACHTERGROND

Bart is een jonge ondernemer binnen de kozijnen industrie. Het begon allemaal toen zijn opa het bedrijf jaren geleden begon. Nadat zijn opa met pensioen ging heeft Bart het bedrijf overgenomen. Naast dat Bart een hardwerkende ondernemer is, is hij ook een echt familie mens, maar heeft moeite om zijn werk en privérelatie gescheiden te houden omdat het altijd in zijn hoofd blijft rondspoken.

DOELEN

Bart wilt op een hardwerkende manier zijn familiebedrijf, Riant Kozijnen, wat hij heeft geërfd naar een hoger niveau tillen. Hierbij realiseert hij dat de klanten die hij nu heeft en de toekomstige klanten erg belangrijk zijn voor de toekomst van Riant Kozijnen. Hij vindt het belangrijk dat de klanten dan ook centraal staan binnen zijn bedrijf, zijn doel is ook altijd om de klant gelukkig te maken met zijn producten.

DRIJFVEER

- De beste ervaring bieden binnen zijn bedrijf
- De concurrentie net een streepje voor blijven
- Durft te dromen
- Streeft naar de beste klantervaring
- Van niets iets maken als MKB’er

DREMPELS

- Houdt zich te veel bezig met de dag tot dag
- Weinig budget om de klantervaring te verbeteren
- Te weinig personeel
- Gebruikt tools zoals Google Reviews, waar geen duidelijk inzicht wordt gecreëerd.
- Moeilijke stap voor modernisering

“Als MKB’er streef ik er naar om een zo goed mogelijke ervaring te bieden voor mijn klanten”

U. (z.d.). Ben Parker (@brokenlenscap) | Unsplash Photo Community. Unsplash. Geraadpleegd op 21 april 2022, van https://unsplash.com/@brokenlenscap

USE CASE: RIANT KOZIJNEN

Als use case heb ik gekozen voor Riant Kozijnen, Riant Kozijnen is een bedrijf die kozijnen verzorgd voor heinde en verre. Ik heb voor deze zaak gekozen omdat, deze dichtbij staat en snel contact mee kan leggen als ik vragen heb of een interview wil houden voor de used case.

Om de customer journey goed in kaart te brengen heb ik gekeken naar welke raak vlakken er zijn binnen het aankoopproces bij kozijnen. Dit is een essentieel ondereel om goede feedback te verzamelen binnen de klanten.

Daarom ben ik het gesprek aangegaan, eerst had ik zelf een aantal vragen voorgesteld en verzonnen die eventueel bij het proces zouden passen. Want, ik en natuurlijk geen expert binnen het vlak. Dus ik ben zelf gaan denken, welke vlakken zitten er bij dit proces?

Met deze voorstellen, ben ik naar Riant Kozijnen gegaan om het de bespreken met de eigenaar voor feedback en aanvulling.

Binnen het gesprek kwam al snel naar voren dat de punten ongeveer klopte, samen met het berijf heb ik deze verder aangescherpt om tot een uiteindelijke vragen set te komen voor de consumenten die het proces willen doorlopen en testen voor Riant Kozijnen. Dit zal gebeuren met oudklanten. omdat die al de reis hebben doorlopen en het testen bij nieuwe klanten over een tijd bestek van 2 maanden gaat, is dat niet praktisch.

VRAGEN UITKOMST

1) Algemeen

1. Hoe heb je ons gevonden?
2. Wat zijn de punten waarmee je ons hebt vergeleken?
3. Wat maakte je uiteindelijk geïnteresseerd in Riant Kozijnen?
4. Wat was de grootste afknapper tijdens de zoektocht?

2) Verkooptraject

1. In hoeverre ben je door de adviseur geholpen in je keuze?
2. (Verder met riant kozijnen praten)
3. Hoe was advies vangut ons?
4. Hoe verliep de communicatie tijdens de wachtperiode?
5. Hoe inhouding was het om een afspraak te maken?
6. Wat zijn je verwachtingen bij de aflevering?

3) Aflevering

1. Hoe verliep de installatie?
2. Is er schade gemaakt?
3. Hoe hebben de installateurs je huis achtergelaten?
4. Hoe tevreden ben je over het eindresultaat?
5. Kan je ons 1 tip & 1 top geven?

4) Nazorg (2 months later..)

1. Heb je ons aanbevolen bij bekende? (NPS 3.0, Harvard business review)
2. Bij hoeveel?
3. Is er nog extra service verleend?
4. Hoeveel sterren zou jij Riant Kozijnen geven?

Net Promoter 3.0. (2022, 24 januari). Harvard Business Review. Geraadpleegd op 6 mei 2022, van https://hbr.org/2021/11/net-promoter-3-0

DOELGROEP

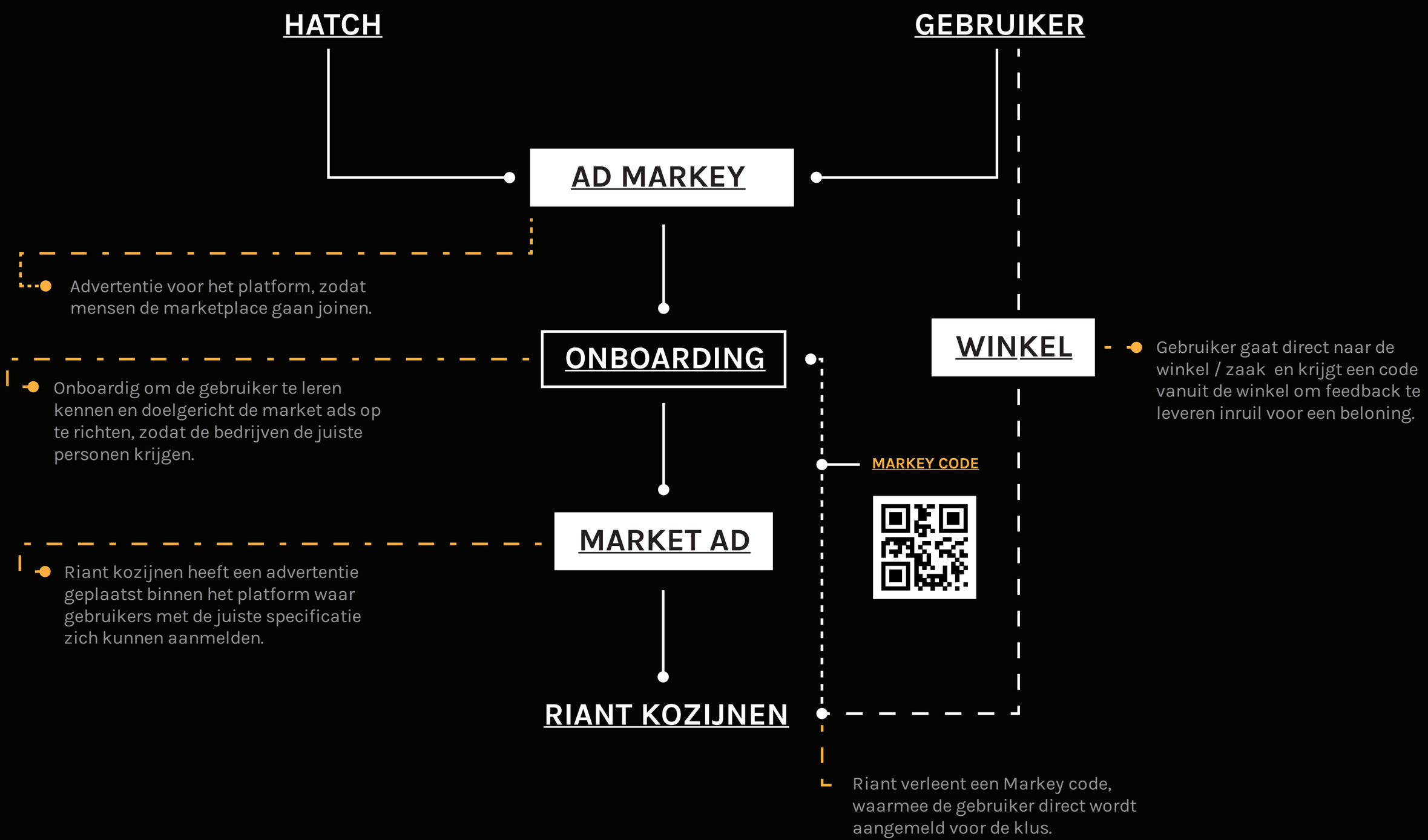
Hatch

B 2 B 2 C

MKB’ers

Consumenten

HOE GAAT HET IN ZIJN WERKING? | STRUCTURE



Beweegredenen

The incentive

“A thing that motivates or encourages someone to do something.”

Er is een incentive nodig om de doelgroep tijd te laten investeren in het gebruik van het platform.

Gebruikers sluiten zich aan bij het platform om producten, diensten of andere toepassingen te testen. Daar staat een beloning tegenover. Gebruikers schaffen een van de producten of diensten aangemeld bij het platform aan. Afhankelijk van of de feedback volledig is (dus wanneer alle touchpoints binnen de klantreis bij het bedrijf uitgebreid zijn gereviewd), kunnen gebruikers het product of dienst volledig vergoed krijgen.

Intrinsic motivation

“Intrinsic motivation involves performing a task because it's personally rewarding to you.”

Er is een incentive nodig om de doelgroep tijd te laten investeren in het gebruik van het platform.

Gebruikers sluiten zich aan bij het platform om producten, diensten of andere toepassingen te testen. Daar staat een beloning tegenover. Gebruikers schaffen een van de producten of diensten aangemeld bij het platform aan. Afhankelijk van of de feedback volledig is (dus wanneer alle touchpoints binnen de klantreis bij het bedrijf uitgebreid zijn gereviewd), kunnen gebruikers het product of dienst volledig vergoed krijgen.

Tijdens het invullen van de feedback zien gebruikers het kortingspercentage steeds oplopen. Beginnend bij 0% cashback tot volledige vergoeding.

Extrinsic motivation

“Extrinsic motivation involves completing a task or exhibiting a behavior because of outside causes such as avoiding punishment or receiving a reward.”

De extrinsieke motivatie van de doelgroep is om beloningen te verkrijgen aan de hand van de feedback en tijd die deze groep investeren in het product of dienst. Door aan deze onderdelen te participeren, krijgen de deelnemers een beloning, geld of in een andere vorm van waarde.

WAAROM KAN IK MET MIJN OPLOSSING IETS VOOR HUN BETEKENEN

Door dit concept krijgen de bedrijven een goed inzicht binnen de klantenreis. Door dit in kaart te brengen, kan het bedrijf het product of dienst optimaliseren, zonder eigen Customer experience team te hebben. Zo kan ieder bedrijf voor een redelijk budget, zijn of haar diensten / producten testen en verbeteren.

INTERVIEW MKB’ers | Concept voorstellen

Introductie

In totaal zijn er vijf concepten bedacht die inspelen op feedback generen binnen de klantreis voor het bedrijf, met deze concepten ben ik naar verschillende MKB’ers toegestapt om in samenspraak te kijken wat hun er van vinden en op welke manier hun voorkeur heeft.

Daarbij heb ik ieder concept toegelicht, hoe het in zijn werking gaat, hoe het er eventueel uitkomt te zien (in begeleiding met de visuele uitwerkingen van de concepten.

15

aantal ondervraagde MKB’ers.

Uitkomst

14 van de 15

MKB’ers zagen niks in de fysieke producten bij de concepten. De grootste reden hier was de kosten, schaalbaarheid en tijd. Ze hebben al vaak weinig personeel en dan moeten er nog mensen aanwezig zijn om het fysiek te begeleiden. Ze zagen de potentie van de andere concepten, maar bij grote bedrijven die een groter team hebben en bestedingruimte.

10 van de 15

Het digitale concept waarbij je via een applicatie feedback kan leveren aan de MKB’er, ziet er 2/3 potentie in voor hun bedrijf. Ze willen de klantreis optimaliseren, maar hebben geen data, waarmee ze inzichten generen. Dit concept helpt deze groep daarbij. Ook was het voornamelijk dat het een stuk uit handen worden genomen, Hatch gaat er mee aan de slag en de MKB’er hoeft alleen een consult in te plannen. Naast dat het minder werk is voor de MKB’er, is het ook een stuk goedkoper voor de bedrijven om met een applicatie te werken, dan met fysieke installaties of ervaringen voor hun klanten.

Voordelen voor de MKB’er

- Minder kosten

- Zien veel minder in fysieke of analoge toepassingen i.v.m. de kosten en flexibiliteit.

- Tijdbesparend in opzichte van fysieke / analoge toepassingen.

- Minder snel inzetbaar voor hun en de klanten

- Het kost minder om het door te meten

- Data in een digitaal overzicht

- Betere beveiliging van de data

- Eerlijkere reactie, dan tijdens een fysiek gesprek (3)

- Schaalbaar

3) People Are Actually More Honest Online Than In Person. (2012, 28 december). Business Insider. Geraadpleegd op 26 april 2022, van https://www.businessinsider.com/people-are-more-honest-online-2012-12?in

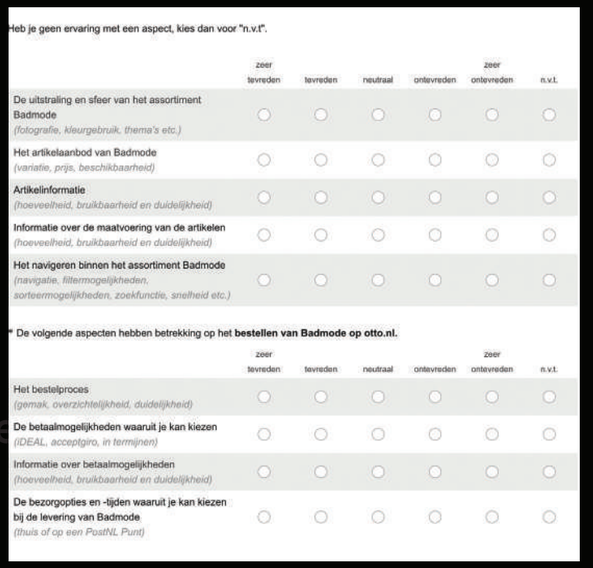
USP Markey

Vernieuwing

In het moment feedback in plaats van achteraf.

Nu
Hoe de huidige tools werken, zoals Google forms en Typform.

Vragen achteraf, mensen onthouden niet voor een langere tijd gedetaileerde informatie over de ervaring van het bedrijf.


Heb je geen ervaring met een aspect, kies dan voor "n.v.t".

	zeer tevreden	tevreden	neutraal	ontevreden	zeer ontevreden	n.v.t.
De uitstraling en sfeer van het assortiment Badmode *(fotografie, kleurgebruik, thema's etc.)*						
Het artikelaanbod van Badmode *(variatie, prijs, beschikbaarheid)*						
Artikelinformatie *(hoeveelheid, bruikbaarheid en duidelijkheid)*						
Informatie over de maatvoering van de artikelen *(hoeveelheid, bruikbaarheid en duidelijkheid)*						
Het navigeren binnen het assortiment Badmode *(navigatie, filtermogelijkheden, sorteermogelijkheden, zoekfunctie, snelheid etc.)*						

* De volgende aspecten hebben betrekking op het **bestellen van Badmode op otto.nl.**

	zeer tevreden	tevreden	neutraal	ontevreden	zeer ontevreden	n.v.t.
Het bestelproces *(gemak, overzichtelijkheid, duidelijkheid)*						
De betaalmogelijkheden waaruit je kan kiezen *(iDEAL, acceptgiro, in termijnen)*						
Informatie over betaalmogelijkheden *(hoeveelheid, bruikbaarheid en duidelijkheid)*						
De bezorgopties en -tijden waaruit je kan kiezen bij de levering van Badmode *(thuis of op een PostNL Punt)*						

KLANTREIS

Voordele

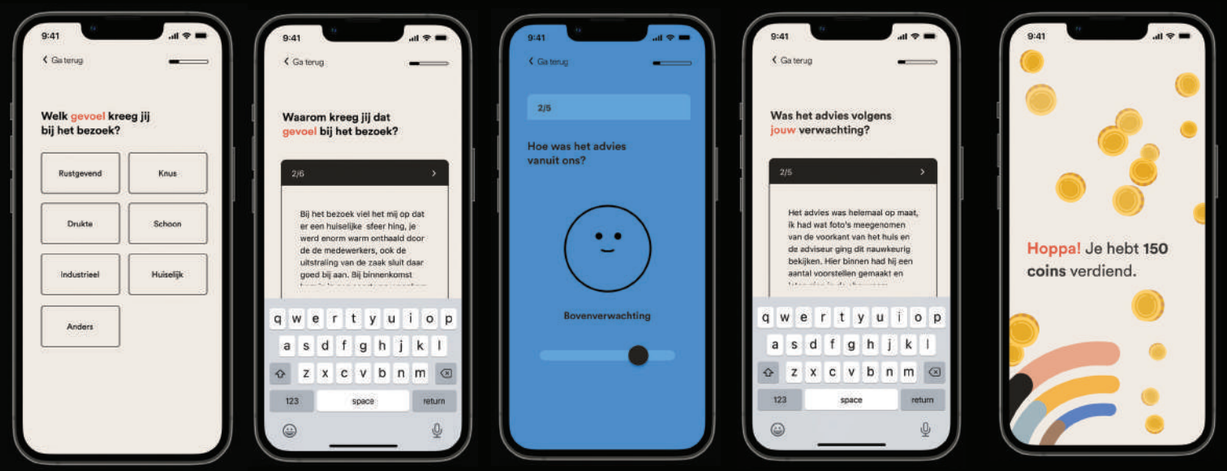
EERSTE TOUCHPOINT KLANTREIS — **EIND KLANTREIS**

Met Markey
Feedback in het moment, de consument geeft in het moment feedback over de verschillende touchpoints per fase binnen de klantreis

KLANTREIS

ORIËNTATIE | **WINKELBEZOEK** | **VERKOOPTRAJECT** | **AFLEVERING** | **NAZORG**

Verschillende vragen per touchpoint tijdens de klantreis van de consument



Markey
Kwalitatieve feedback in het moment en coins die de gebruiker kan inwisselen tegen verschillende prijzen in de shop.

CUSTOMER JOURNEY | RIANT KOZIJNEN

De klantreis overzicht die de klanten van Riant Kozijnen doorlopen bij aankoop van kozijnen of deuren.

ORIËNTATIE

Binnen de oriëtatie fase gaat de consument oriënteren. Ze gaan verschillende bedrijven opzoeken op Google die kozijnen aanbieden. De consument gaat dan gevonden de kozijn bedrijven met elkaar vergelijken, met het portfolio werk wat de bedrijven op hun site of social accounts. Als geïnteresseerde in nieuwe kozijnen ga je eerst kijken naar verschillende aanbieder van kozijnen, je gaat op speurtocht en vergelijkt hun verschillende sites en recente projecten die zij hebben opgeleverd met elkaar. Na een verloop van tijd heb je een aantal zaken op het oog en daarvan is Riant Kozijnen er een van, je gaat op bezoek en gaat een kijkje nemen. staan en zullen de Google reviews erbij pakken om een indruk te krijgen over de tevredenheid van de mensen over de bedrijven. De consumenten gaat dan de voor en nadelen van ieder bedrijf onder de loep nemen, om een keuze te maken, naar welk bedrijf ze willen gaan voor hun kozijnen.

WINKELBEZOEK

Je gaat Riant Kozijnen bezoeken, je legt eerst de route af naar Riant Kozijnen. Je loopt op je gemak binnen bij Riant Kozijnen, je wordt begroet en er wordt gevraagd of ze je ergens mee van dienst kunnen zijn. Je geeft aan dat je even rond aan het kijken bent en aan de bel trekt als je vragen hebt of advies nodig hebt. Je kijkt op je gemak rond en laat alles in je opnemen. Je stelt af en toe wat vragen aan de adviseur van Riant Kozijnen om nog beter te kunnen oriënteren op jouw nieuwe kozijnen. Je maakt nog een rondje bekijkt de verschillende materialen en kleuren die Riant Kozijnen aanbied en vervolgens besluit je om gedag te zeggen en de zaak weer te verlaten.

VERKOOPTRAJECT

Na het eeste bezoek aan Riant Kozijnen heb je een goede indruk gekregen van de zaak zelf en de mogelijkheden voor de kozijnen. Je hebt de keuze gemaakt en gaat de kozijnen bij Riant Kozijnen bestellen. Bij binnenkomst word je weer vrolijk begroet door de adviseur. Je gaat samen aantafel zitten en legt je wensen uit aan de adviseur, je gaat samen aan de slag en stelt jouw droom kozijnen samen met de adviseur van Riant. Je krijgt tijdens dit proces een lunch aangeboden en een lekker bakkie koffie (of iets anders). Je krijgt advies en hij schetst de kozijnen samen. Jullie zijn er samen uitgekomen. Jullie kijken samen naar de betaling en spreken af dat er 30% vooraf betaald moet worden en de rest als alles is geplaatst. Jullie sluiten de deal af, de adviseur doet alles in een mapje zodat alles netjes bij elkaar gebundeld is en vraagt of er nog eventuele vragen zijn. Hij bedankt jou en loopt mee richting de uitgang en wenst je alvast veel plezier toe met je nieuwe kozijnen.

AFLEVERING

Tijdens de fase dat je moest wachten heeft Riant Kozijnen contact met jou gehouden over de aflevering van de nieuwe kozijnen. Ze worden nu afgeleverd en gemonteerd door de monteurs van Riant. Ze komen vroeg in de ochtend aan en geven eerst aan wat ze gaan doen en of ze eventueel binnendoor door het huis mogen lopen. De monteurs gaan aan de slag en installeren de nieuwe kozijnen voor en achter. Ze geven aan dat ze gaan afronden en of je nog een keer wilt kijken of alles zo naar wens is. De monteurs laden de oude kozijnen op de bus, vegen nog een keer alles na en zetten hun gereedschap in de bus. Ze bedanken je nog een keer voor de aanschaf van de kozijnen en geven aan als er dingen zijn omtrent de kozijnen, dat je altijd kan bellen met Riant Kozijnen. Jullie zeggen gedag, en jij gaat genieten van je pas geïnstalleerde kozijnen, waar je al een tijd naar hebt uitgekeken!

NAZORG

Je hebt nu 2 maanden geleden nieuwe kozijnen laten installeren. Je krijgt nu de laatste melding binnen Markey, daar binnen worden korte vragen gesteld over de tevredenheid en of er nog op of aanmerkingen zijn. Je wordt vanuit Riant Kozijnen nog een keer telefonisch benaderd om te kijken of alles nog naar wens is. Je geeft aan dat alles super is afgehandeld en gemonteerd is door het team van Riant Kozijnen en dat er verder geen op of aanmerkingen zijn over de afgelopen twee maanden van jouw nieuwe kozijnen. Alles is perfect verlopen. Riant bedankt jou voor het vertrouwen en jij voor de goede service. Nu is het echt tijd om lekker te genieten van jouw kozijnen tijdens de warme zomermaanden als je lekker in de tuin zit!

GENIETEN VAN DE NIEUW GEPLAATSTE KOZIJNEN

CUSTOMER JOURNEY | RIANT KOZIJNEN

De klantreis met gebruik van de **Markey.**

ORIËNTATIE

Binnen de oriëtatie fase gaat de consument oriënteren. Ze gaan verschillende bedrijven opzoeken op Google die kozijnen aanbieden. De consument gaat dan gevonden de kozijn bedrijven met elkaar vergelijken, met het portfolio werk wat de bedrijven op hun site of social accounts. Als geïnteresseerde in nieuwe kozijnen ga je eerst kijken naar verschillende aanbieder van kozijnen, je gaat op speurtocht en vergelijkt hun verschillende sites en recente projecten die zij hebben opgeleverd met elkaar. Na een verloop van tijd heb je een aantal zaken op het oog en daarvan is Riant Kozijnen er een van, je gaat op bezoek en gaat een kijkje nemen. staan en zullen de Google reviews erbij pakken om een indruk te krijgen over de tevredenheid van de mensen over de bedrijven. De consumenten gaat dan de voor en nadelen van ieder bedrijf onder de loep nemen, om een keuze te maken, naar welk bedrijf ze willen gaan voor hun kozijnen.

Feedback in het moment

Gedurende de oriêntatie fase, vraagt Markey verschillende vragen om kwalitatieve inzichten te krijgen binnen de customer journey van de klant.

CUSTOMER JOURNEY | RIANT KOZIJNEN

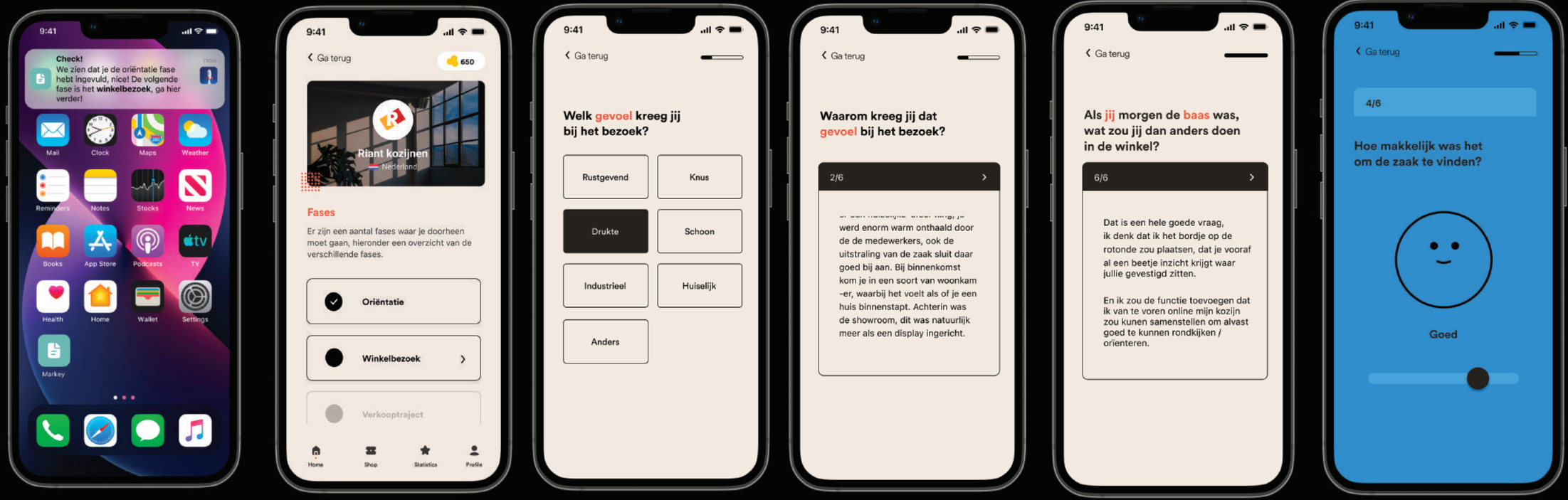
De klantreis met gebruik van de **Markey.**

WINKELBEZOEK

Je gaat Riant Kozijnen bezoeken, je legt eerst de route af naar Riant Kozijnen. Je loopt op je gemak binnen bij Riant Kozijnen, je wordt begroet en er wordt gevraagd of ze je ergens mee van dienst kunnen zijn. Je geeft aan dat je even rond aan het kijken bent en aan de bel trekt als je vragen hebt of advies nodig hebt. Je kijkt op je gemak rond en laat alles in je opnemen. Je stelt af en toe wat vragen aan de adviseur van Riant Kozijnen om nog beter te kunnen oriënteren op jouw nieuwe kozijnen. Je maakt nog een rondje bekijkt de verschillende materialen en kleuren die Riant Kozijnen aanbied en vervolgens besluit je om gedag te zeggen en de zaak weer te verlaten.

Gedurende de winkelbezoekfase, vraagt Markey verschillende vragen om kwalitatieve inzichten te krijgen binnen de customer journey van de klant.

Feedback in het moment



CUSTOMER JOURNEY | RIANT KOZIJNEN

De klantreis met gebruik van de **Markey.**

VERKOOPTRAJECT

Na het eeste bezoek aan Riant Kozijnen heb je een goede indruk gekregen van de zaak zelf en de mogelijkheden voor de kozijnen. Je hebt de keuze gemaakt en gaat de kozijnen bij Riant Kozijnen bestellen. Bij binnenkomst word je weer vrolijk begroet door de adviseur. Je gaat samen aantafel zitten en legt je wensen uit aan de adviseur, je gaat samen aan de slag en stelt jouw droom kozijnen samen met de adviseur van Riant. Je krijgt tijdens dit proces een lunch aangeboden en een lekker bakkie koffie (of iets anders). Je krijgt advies en hij schetst de kozijnen samen. Jullie zijn er samen uitgekomen. Jullie kijken samen naar de betaling en spreken af dat er 30% vooraf betaald moet worden en de rest als alles is geplaatst. Jullie sluiten de deal af, de adviseur doet alles in een mapje zodat alles netjes bij elkaar gebundeld is en vraagt of er nog eventuele vragen zijn. Hij bedankt jou en loopt mee richting de uitgang en wenst je alvast veel plezier toe met je nieuwe kozijnen.

Gedurende de verkooptraject, vraagt Markey verschillende vragen om kwalitatieve inzichten te krijgen binnen de customer journey van de klant.

Feedback in het moment

CUSTOMER JOURNEY | RIANT KOZIJNEN

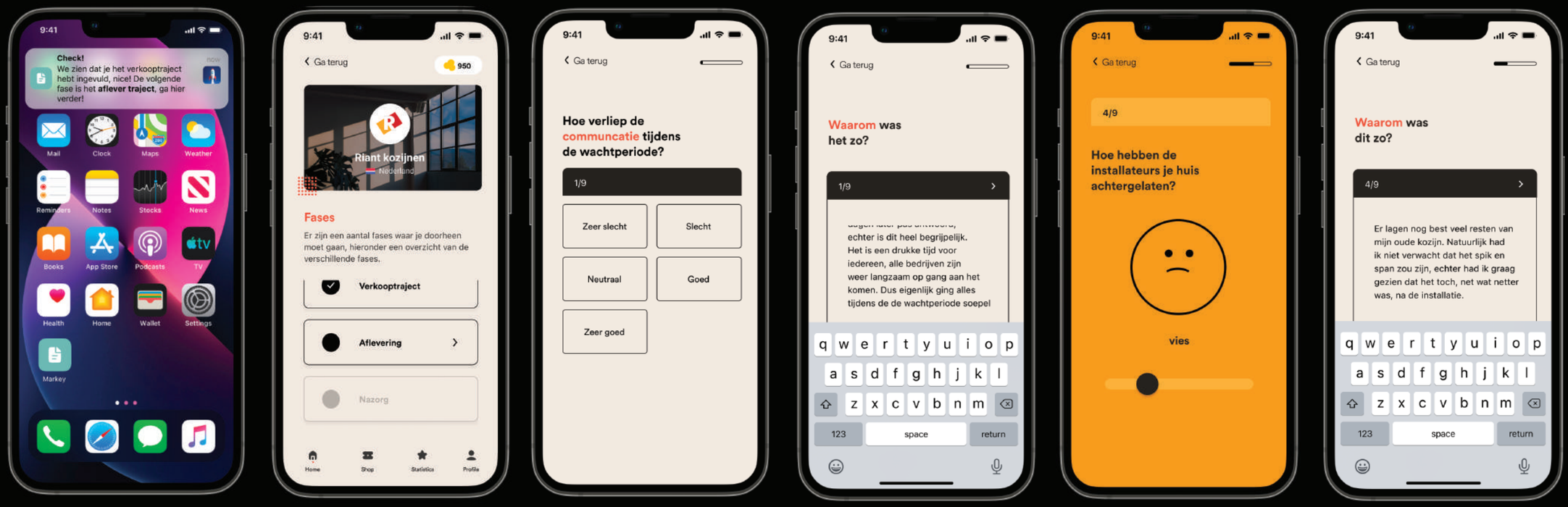
De klantreis met gebruik van de **Markey.**

AFLEVERING

aTijdens de fase dat je moest wachten heeft Riant Kozijnen contact met jou gehouden over de aflevering van de nieuwe kozijnen. Ze worden nu afgeleverd en gemonteerd door de monteurs van Riant. Ze komen vroeg in de ochtend aan en geven eerst aan wat ze gaan doen en of ze eventueel binnendoor door het huis mogen lopen. De monteurs gaan aan de slag en installeren de nieuwe kozijnen voor en achter. Ze geven aan dat ze gaan afronden en of je nog een keer wilt kijken of alles zo naar wens is. De monteurs laden de oude kozijnen op de bus, vegen nog een keer alles na en zetten hun gereedschap in de bus. Ze bedanken je nog een keer voor de aanschaf van de kozijnen en geven aan als er dingen zijn omtrent de kozijnen, dat je altijd kan bellen met Riant Kozijnen. Jullie zeggen gedag, en jij gaat genieten van je pas geïnstalleerde kozijnen, waar je al een tijd naar hebt uitgekeken!

Gedurende de aflevering, vraagt Markey verschillende vragen om kwalitatieve inzichten te krijgen binnen de customer journey van de klant.

Feedback in het moment



CUSTOMER JOURNEY | RIANT KOZIJNEN

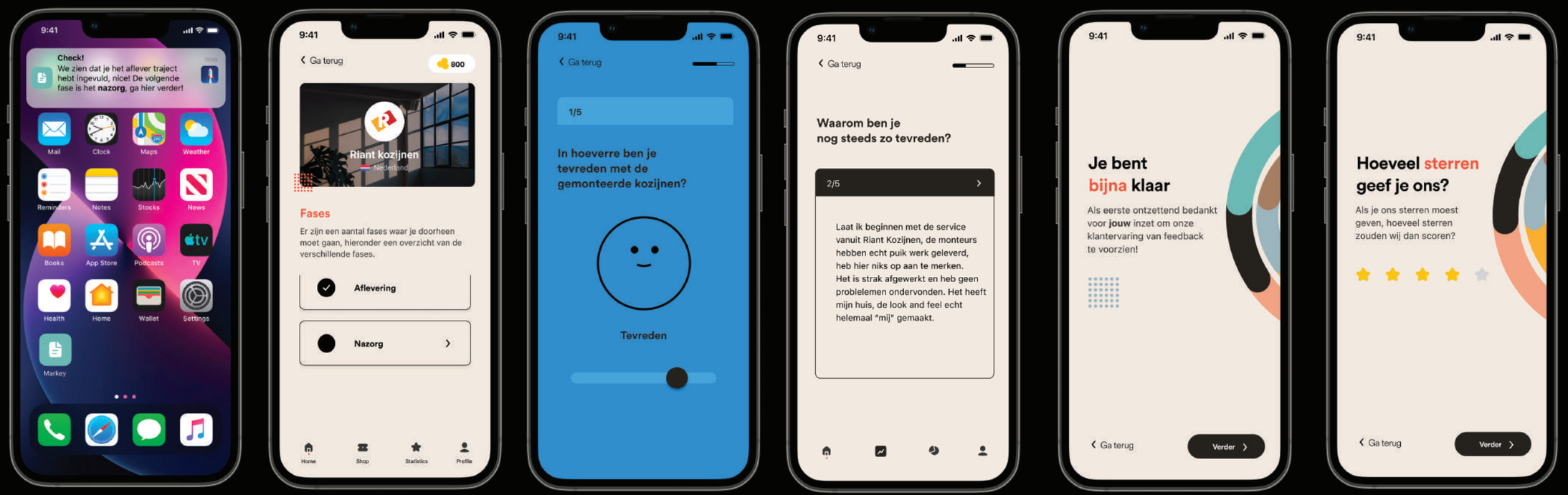
De klantreis met gebruik van de **Markey.**

NAZORG

Je hebt nu 2 maanden geleden nieuwe kozijnen laten installeren. Je krijgt nu de laatste melding binnen Markey, daar binnen worden korte vragen gesteld over de tevredenheid en of er nog op of aanmerkingen zijn. Je wordt vanuit Riant Kozijnen nog een keer telefonisch benaderd om te kijken of alles nog naar wens is. Je geeft aan dat alles super is afgehandeld en gemonteerd is door het team van Riant Kozijnen en dat er verder geen op of aanmerkingen zijn over de afgelopen twee maanden van jouw nieuwe kozijnen. Alles is perfect verlopen. Riant bedankt jou voor het vertrouwen en jij voor de goede service. Nu is het echt tijd om lekker te genieten van jouw kozijnen tijdens de warme zomermaanden als je lekker in de tuin zit!

Gedurende de nazorgfase, vraagt Markey verschillende vragen om kwalitatieve inzichten te krijgen binnen de customer journey van de klant.

Feedback in het moment



WEB APPLICATIE KEUZE ONDERBOUWING & WAAROM EEN VRAGENLIJST?

MKB’er

- Minder kosten
- Zien veel minder in fysieke of analoge toepassingen i.v.m. de kosten en flexibiliteit.
- Tijdbesparend in opzichte van fysieke / analoge toepassingen
- Minder snel inzetbaar voor hun en de klanten
- Het kost minder om het door te meten
- Data in een digitaal overzicht
- Betere beveiliging van de data
- Eerlijkere reactie, dan tijdens een fysiek gesprek (3)

Consument

- De consumenten hoeven niet op locatie te zijn om de MKB’er van feedback te voorzien, vanaf iedere locatie beschikbaar (flexibiliteit)
- Gemak voor de consument
- Op ieder device beschikbaar (laptop, tablet & mobiel)
- Betere beveiliging van de data
- Vrijwel - iedereen heeft een telefoon.

Hatch

- Minder kosten (1,2)
- Schaalbaarheid, het is sneller over meerdere MKB’ers uit te zetten dan met een fysiek product.
- Het kost minder om het door te meten
- Data in een digitaal overzicht
- Betere beveiliging van de data

Keuze vragenlijst

Een vragenlijst is een combinatie van schaalbaarheid en gemak voor de verschillende partijen.

Via deze weg verzamelt de applicatie kwalitatieve inzichten voor de MKB’er, waar Hatch vervolgens mee aan de slag kan.

- Gemakkelijker om te zetten naar data, dus eenvoudiger om te vergelijkingen te maken.

Credits: freepik.com/vectorpouch

1) Krish Compusoft Services. (z.d.). The benefits of web applications in todays technological era. Geraadpleegd op 4 april 2022, van https://www.kcsitglobal.com/blogs/detail-blog/the-benefits-of-web-applicati

2) J. (2020, 5 juli). 10 Benefits Of Web Based Applications & Systems. Rapid Crews. Geraadpleegd op 5 april 2022, van https://rapidcrews.com/10-benefits-of-web-based-applications-systems/

3) People Are Actually More Honest Online Than In Person. (2012, 28 december). Business Insider. Geraadpleegd op 26 april 2022, van https://www.businessinsider.com/people-are-more-honest-online-2012-12?in

WHAT'S IN IT FOR ME? | CONSUMENT & MKB

Wat is het voordeel voor de consument?

- Als consument krijg je een incentive

- Dit kan in een vorm zijn van een cashback of percentuele korting op je bedrag. Het is altijd minimaal 5% cashback, de MKB'er kan hier nog extra's bovenop doen.

- Per fase die jij als consument afrond, spaar je virtueel geld. Dit virtueel geld, kan jij gebruiken in de shop om bijvoorbeeld cadeaubonnen te kopen of kortingen binnen andere winkels.

- Doordat je op detail niveau feedback kan leveren, voel je jezelf als consument meer gehoord.

- Het wordt vanuit het bedrijf gestimuleerd en gemotiveerd, dat de waarde van feedback erg hoog staat. *De consument heeft vaak het gevoel dat er niks wordt gedaan met de feedback, maar nu wordt er wel echt geluisterd naar de consument.*

Wat is het voordeel voor de MKB'er?

- Waardevolle in depth feedback over de gehele klantreis

- Niet op een punt, maar op meerdere touchtpoins feedback

- Kwalitatieve informatie, **het voordeel voor de MKB'er van deze informatie is dat er over de gehele journey informatie verzameld wordt. Zo krijgt de MKB'er inzichten waar het juist goed of minder goed gaat binnen de klantreis.**

- **Feedback in het moment,** klanten worden per fase binnen de klantreis begeleid, zo krijgen ze alleen punten te zien die op hen van toepassing zijn op dat moment.

- **Tijd besparing,** de MKB'er heeft nooit de ruimte en tijd om op iedere touchpoint een gesprek aan te gaan met hun klant. Markey maakt dit wel mogelijk.

- Een geoptimaliseerde klantreis, door de inzichten van de klanten, kan Markey helpen de klantreis te optimaliseren.

The incentive

"A thing that motivates or encourages someone to do something."

RELEVANTIE | COMMERCIËLE POTENTIE

What's in it for Hatch?

Voor Hatch brengt het gebruik van Markey een aantal kansen met zich mee, namelijk:

• Markey is schaalbaar, en dus inzetbaar bij een groot aantal MKB'ers. Hier zit voor Hatch veel potentie in, aangezien de Nederlandse markt meer dan twee miljoen MKB'ers kent (1. Staat van het MKB);

• Markey draagt bij aan een efficiënte werkwijze. Markey helpt Hatch maximale resultaten te behalen op het gebied van het verbeteren van de klantervaring van MKB klanten. Efficiëntie wil zeggen dat met minimale inspanning maximaal resultaat wordt behaald;

• Markey vraagt minimale inspanning door Hatch. Door de geautomatiseerde processen binnen Markey worden er van Hatch weinig handmatige handelingen verlangd. Wat er van Hatch in ieder geval verlangd wordt is het vaststellen van de touchpoints binnen de klantreis en bijbehorende vragen. Dit biedt Hatch ruimte om op grootschaligere of maatwerktrajecten klanten intensief te adviseren en begeleiden. Uiteraard biedt dit naast tijdbesparing ook financieel gewin.

1. Staat van het mkb. (z.d.). Staat van het MKB. Geraadpleegd op 20 april 2022, van https://www.staatvanhetmkb.nl/

In het kort

- Schaalbaarheid
- Inzetbaar bij meerdere MKB'ers
- Efficiëntie
- Sneller en goede resultaten
- Beperkte inspanning
- Automatisering van de processen

The incentive

"A thing that motivates or encourages someone to do something."

Extrinsic motivation

"Extrinsic motivation involves completing a task or exhibiting a behavior because of outside causes such as avoiding punishment or receiving a reward."

Intrinsic motivation

"Intrinsic motivation involves performing a task because it's personally rewarding to you."

UNIEKHEID MARKEY

Wat is er uniek aan Markey?

De uniekheid van Markey ligt op de **kwalitatieve informatie** die de applicatie in het moment verzameld van de gebruikers. Hierdoor krijgt Hatch realtime informatie over de verschillende touchpoints binnen de klanteis van de MKB'er.

Dit wordt met gamification gedaan, om de gebruiker juist te kunnen stimuleren tijdens het proces, om deze gebruiker steeds te triggeren.

In het kort

- Niet op een punt maar op meerdere punten feedback
- Feedback in het moment
- In depth feedback
- Kwalitatieve informatie
- Stimulans met gamification elementen

"Get realtime insights of the customer journey."

Nu

Hoe was de binnenkomst bij Riant Kozijnen?
Antwoord: Goed, prettig

Verder geen toelichting waarom het deze gevoelens op wekt

Met Markey

Hoe was de binnenkomst bij Riant Kozijnen?
Antwoord: Rustig en verzorgd

Waarom kreeg jij deze gevoelens?
Antwoord: Het rustige gevoel kwam door de indeling, het was erg huiselijk ingericht, wat als prettig wordt ervaren. De zaak zag er erg netjes en schoon uit. Dit geeft bij ons het gevoel, dat het een serieus bedrijf is.

Meer in depth antwoord, geeft meer inzichten, waarom wel of iets niet goed is.

WAARVOOR IS MARKEY?

Waarvoor is Markey opgezet?

Door het onderzoek hebben we achterhaald dat er vaak feedback achteraf verzameld wordt door bedrijven, zoals bijvoorbeeld de mail “hoe ervaarde jij het bezoek aan winkel x”. Consumenten geven hier vaak korte antwoorden op zoals: goed, prettig, oke etc. Hier hebben de bedrijven niets aan, omdat "goed en prettig" oppervlakkige inzichten geven en geen diepgang bieden. **Markey richt zich juist op de vervolgvragen om "more in depth" antwoorden te verkrijgen vanuit de consument.**

Door vervolgvragen te stellen, worden er meer diepgaande inzichten gegenereerd touchpoint binnen de klantreis. Markey vraagt door op de antwoorden, zodat er in depth langere feedback uit de consument gehaald wordt. Dit is ontzettend waardevol voor de bedrijven dat zij hier inzichten binnen verkrijgen, zodat deze groep de klantreis kan optimaliseren.

“Useful feedback, is inhoudelijke feedback”

Luc van Gemert - CX expert Hatch

“MKB’ers hebben geen hele onderzoeksdelegatie nodig, maar kunnen kwalitatieve gebruikersfeedback verkrijgen door Markey”

“We see our customers as invited guests to a party, we are the hosts. It’s our job every day to make every important aspect of the customer experience a little bit better”

Jeff Bezos

“The customer’s perception is your reality”

Kate Zabriske

“The feedback we’re getting is not useful, people usually give single word responses”

Benjamin David - Heineken Experience

In het kort

- In depth feedback
- Kwalitatieve feedback
- Vraagt door
- Betere en langere feedback

Bordeaux, J. (2021, 15 juni). What Is Customer Experience? (And Why It's So Important). Hub Spot. Geraadpleegd op 22 april 2022, van https://blog.hubspot.com/service/what-is-customer-experience